

O que influencia os flexitarianos a reduzir o consumo de carne no Brasil?

MARIELE BOSCARDIN^I

ANDREA CRISTINA DORR^{II}

RAQUEL BREITENBACH^{III}

JANAÍNA BALK BRANDÃO^{IV}

Introdução

NA SOCIEDADE de consumo contemporânea, distintas atitudes como privilegiar alimentos de origem local e reduzir o desperdício de alimentos têm se tornado práticas comuns entre os consumidores, especialmente nos países desenvolvidos (Voinea et al., 2020). Além dessas práticas, a redução no consumo de carne tem sido apontada como uma das contribuições mais importantes dos consumidores (Voinea et al., 2020), tanto para a saúde quanto para dietas mais sustentáveis (Kemper; White, 2021).

As dietas à base de plantas e os substitutos de carnes estão se tornando cada vez mais populares na alimentação das pessoas, e o número de pessoas que seguem uma dieta com redução de carne está crescendo continuamente (Bruns et al., 2022). Contudo, Dagevos (2021) destaca que a carne permanece como uma peça central nas refeições das pessoas, e confirma a presença de grandes grupos de consumidores profundamente apegados à carne e com pouca ou nenhuma intenção de mudar seu padrão de consumo.

Isso decorre, em larga medida, em situações em que o consumo de carne está profundamente enraizado em uma cultura alimentar local, sendo visto como um hábito tradicional, fazendo que os consumidores tendam a ser mais relutantes em mudar para dietas mais flexíveis (Voinea et al., 2020). A redução no consumo de carnes faz parte das características de um estilo de consumo conhecido como flexitarianismo.

Nesse contexto de “consumo ético”,¹ as dietas flexitarianas têm sido apontadas como importantes para ajudar a resolver os problemas de sustentabilidade ambiental e de saúde humana relacionada à alimentação (Dagevos, 2021). A redução do consumo de carne, particularmente, está alinhada com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12 da Organização das Nações Unidas (ONU), para garantir padrões sustentáveis de consumo e produção (Un General Assembly, 2015).

Em termos conceituais, o estilo flexitariano é derivado da combinação de “flexível” e “vegetariano” e significa um estilo alimentar menos rigoroso em relação ao vegetariano, pois permite o consumo ocasional de carne (Bánáti, 2022). Trata-se de um termo que vem surgindo nos setores científicos e públicos recentemente, sendo adicionado ao *Oxford English Dictionary* no ano 2014 (Derbyshire, 2017).

Sendo assim, os flexitarianos buscam uma alimentação balanceada e variada e, portanto, também consomem produtos de origem animal (Gousset et al., 2022). Para Dagevos (2021) o flexitarianismo pode ser definido como um padrão de consumo alimentar no qual a carne é consumida de modo ocasional sem evitá-la completamente, em contraste com vegetarianos, que seguem uma dieta sem carne, e veganos, que seguem uma dieta rigorosa de vegetais. Ainda de acordo com o autor, os flexitarianos podem ser considerados como uma categoria intermediária distinta entre os consumidores aficionados irrestritos da carne e os que evitam carne completamente.

De acordo com Bánáti (2022), os flexitarianos se tornaram o maior grupo alimentar depois dos onívoros, e são fundamentais no combate às mudanças climáticas. No entanto, as opiniões expressas na literatura científica não mostram um consenso sobre a frequência ideal com que a carne deve ser consumida (Voinea et al., 2020). Nesse sentido, não há uma definição universalmente aceita de flexitarianismo atualmente (Bruns et al., 2022).

Em vez disso, diferentes definições para o termo, bem como sugestões de quantidades de consumo de carne e produtos cárneos são discutidas em distintos estudos (Bruns et al., 2022). Alguns consumidores se consideram flexitarianos quando reduzem o consumo de carne pela metade e outros apenas por um dia (Bánáti, 2022). Essas constatações demonstram que os consumidores flexitarianos diferem-se em suas atitudes, normas e comportamentos relacionados ao consumo de carne (Verain et al., 2022) e não representam um segmento de consumo uniforme (Sijtsema et al., 2021).

Embora não se saiba qual é o número de flexitarianos na atualidade, Dagevos (2021) destaca que se trata de um segmento de consumidores de alimentos genuínos. Em se tratando dos *insights* a respeito das motivações para reduzir o consumo de carne, Malek e Umberger (2021) e Verain et al. (2022) destacam que essas podem ser desencadeadas por diferentes motivos, dependendo dos distintos grupos de consumidores, tais como bem-estar animal, impacto ambiental, aspectos sensoriais, preço, entre outras questões. Outro aspecto diz respeito às motivações que podem variar de acordo com as faixas etárias e o contexto social em que as pessoas estão inseridas (Kemper; White, 2021).

Para além desses aspectos, Malek e Umberger (2021) ressaltam que os consumidores podem ter motivações distintas para a redução de carne de acordo com a frequência em que a carne é consumida. Além disso, os flexitarianos não se diferem apenas dos “amantes de carne”, mas também se diferem uns dos outros (Dagevos, 2021).

Contudo, a compreensão do flexitarianismo ainda é relativamente limitada (Verain et al., 2022). Para Malek e Umberger (2021) há pouca informação disponível sobre as características desse grupo de consumidores denominados flexitarianos. Trata-se, portanto, de um tema que tem despertado o interesse acadêmico crescente de pesquisadores, sobretudo na última década (Dagevos; Verbeke, 2022). Ao realizar uma busca na base de dados *Scopus* e *Web of Science* constatou-se que as publicações em torno do tema ganharam relevância, sobretudo a partir do ano 2021. Além disso, os estudos realizados se concentram na Nova Zelândia, nos Estados Unidos e em países da Europa. Dentre os estudos e pesquisas que abordam o flexitarianismo, as principais abordagens identificadas na literatura se concentram em analisar as motivações (Malek; Umberger, 2021; Kemper; White, 2021; Sijtsema et al., 2021; Verain et al. 2022) em relação à redução do consumo de carne.

Dadas essas lacunas na pesquisa e as complexas influências na escolha alimentar que incluem ideais, fatores pessoais e sociais, recursos e contextos (Sobal et al., 2006), além do fato de que o ato de comer é uma ação social com sentido capaz de gerar novos valores e modos de vida sustentáveis (Ribeiro et al., 2017), este estudo tem como objetivo traçar o perfil e investigar o que motiva os flexitarianos a reduzir o consumo de carne no Brasil, bem como categorizar os flexitarianos em grupos distintos, considerando a frequência em que a carne é consumida.

Material e métodos

Foi conduzido um estudo de abordagem quantitativa na perspectiva de traçar o perfil e investigar o que motiva os flexitarianos a reduzir o consumo de carne no Brasil, bem como categorizar os flexitarianos em grupos distintos, considerando a frequência em que a carne é consumida. Para atingir os respondentes, foi utilizada a técnica de amostragem não probabilística *snowball sampling*. De acordo com Biernacki e Waldorf (1981), trata-se de um método que possibilita que a amostra seja criada por pessoas que compartilham ou sabem de outras pessoas que apresentam as características definidas para a aplicação do questionário, ressaltando a extensão que a amostra pode alcançar. Sendo assim, inicialmente, o questionário foi disponibilizado para pessoas-chave, considerando proximidade pessoal ou profissional, sendo solicitado que esses indicassem, quando possível, outras pessoas com o mesmo perfil, gerando uma rede de respondentes. Desse modo todas as cinco regiões do país foram atingidas.

Como não há na literatura científica um consenso para definir quem é o sujeito “flexitariano”, no que se refere à frequência ideal com que a carne é consumida, foi considerada, para fins dessa pesquisa, a seguinte definição de flexitariano: a) pessoas que comem carne em algumas refeições, mas não em todos os dias da semana (Derbyshire, 2017; Sijtsema et al., 2021); e, b) pessoas que reduzem o consumo de carne por outros motivos que não financeiros (Gousset et al., 2022).

O questionário foi elaborado com base em estudos já consolidados sobre o tema, especialmente a partir de publicações realizadas na Austrália por Malek et al. (2018) e Malek e Umberger (2021), e estudos realizados na Holanda, de Sijtsema et al. (2021) e Verain et al. (2022). Assim, o questionário foi estruturado em três seções, quais sejam: 1) Questões relacionadas às características sociodemográficas dos respondentes; 2) Questões relacionadas a frequência do consumo de carne; 3) Questões relacionadas às motivações que influenciam na redução do consumo de carne. Esse último bloco no formato de escala *Likert* de 7 pontos variando de “pouco importante” a “muito importante”. No total foram elencadas 19 motivações, com base nos estudos citados, as quais foram agrupadas em cinco eixos: aspectos éticos, de saúde, de mercado, sociais e sensoriais, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Motivações que influenciam os flexitarianos a reduzir o consumo de carne, a partir de estudos e pesquisas sobre o tema

Aspectos éticos	Bem-estar animal Impacto ambiental Religião
Aspectos de saúde	Saudabilidade Controle de peso Aspectos nutricionais Segurança alimentar
Aspectos de mercado	Disponibilidade Preço Rastreabilidade Qualidade
Aspectos sociais	Como isso me faz parecer na frente dos outros Influência familiar Mídias sociais Novidade (tendência/moda)
Aspectos sensoriais	Sabor Aparência Textura Cheiro

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022), com base nos estudos de Malek et al. (2018), Malek; Umberger (2021), Sijtsema et al. (2021) e Verain et al. (2022).

Para constituição da amostra foram adotadas as recomendações de Hair et al. (2009). O autor recomenda que o pesquisador considere pelo menos cinco vezes o número de observações mediante um item a ser avaliado (Hair et al., 2009). Considerando que o questionário era composto por 35 itens, entendeu-se que a amostra deveria ser composta por no mínimo 175 respondentes.

O questionário foi disponibilizado pela plataforma *Google Docs* e utilizadas as ferramentas de *e-mail*, *WhatsApp*, *Messenger*® e *Facebook*® para divulgação. Foram encaminhadas mensagens com o *link* do questionário para contatos pessoais de pesquisadores, docentes, discentes, bem como para pessoas que se interessavam pelo tema. Essa alternativa permite acesso mais amplo à população em vários locais, o que em estudos científicos representa um desafio, em razão de tempo e custo.

A coleta de dados aconteceu no mês de novembro de 2022, tendo início no dia 16 do referido mês, e término no dia 30. Ao final da coleta de dados obteve-se um total de 275 respostas válidas.

Posteriormente à coleta, os dados foram analisados utilizando o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). As análises dos dados incluíram análises estatísticas de medidas posição e dispersão e testes qui-quadrado, considerando nível de significância de 1%, 5% e 10%. Foram realizadas ainda análises de tabulação cruzada para associação entre variáveis categóricas e comparação de médias entre os grupos.

Resultados e discussões

Perfil dos flexitarianos

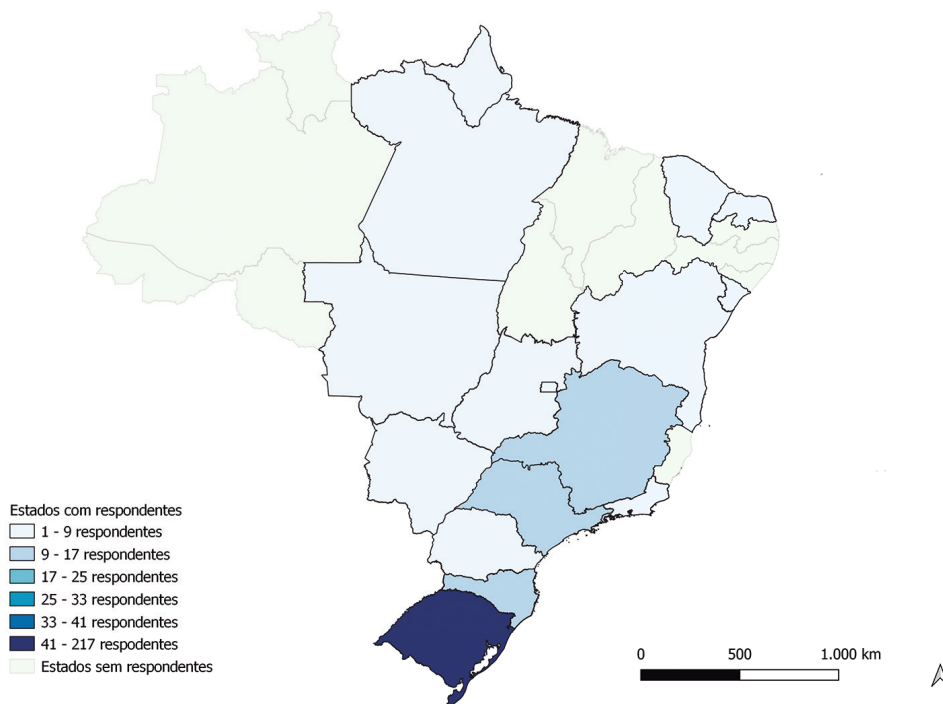
O perfil dos flexitarianos brasileiros que participaram da pesquisa é apresentado na Tabela 1. Como se pode perceber, trata-se de um público, em sua maioria, feminino, solteiro, consideravelmente jovem, com elevada escolaridade e renda (considerando a renda média nacional). No Brasil, o percentual da população com ensino superior completo foi apenas 19,2% em 2022 (Agência Brasil, 2023), e, conforme o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos, o rendimento médio mensal das mulheres no mercado de trabalho brasileiro é R\$ 2.909 (Dieese, 2022). Enquanto no Brasil a média de moradores por domicílio é de 2,79, conforme o Censo Demográfico (IBGE, 2022), a amostra dos flexitarianos reside sozinho (20,7%) ou com somente uma pessoa (35,3%).

Tabela 1 – Perfil dos flexitarianos

Variável	N	%
Gênero		
Feminino	211	76,7
Masculino	64	23,3
Estado Civil		
Solteiro	127	46,2
Casado	113	41,1
Escolaridade		
Pós Graduação	164	59,6
Graduação	94	34,2
Reside com os pais		
Não	220	80
Sim	55	100
Variável	N	DP
Renda Média		
5743,5	245	4242,05
Idade Média		
37,81	275	10,41
Número de pessoas na residência		
1,55	275	1,22

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Cabe destacar que do total de 275 respondentes, 84% residem na região Sul do país. Os demais respondentes residem nas demais regiões, distribuídos em outros 13 estados brasileiros, conforme Figura 1. O uso de redes sociais para divulgar o questionário e a solicitação de contatos por parte das pesquisadoras explica parte destas características, sobretudo o local de residência e a alta proporção do público de maior escolaridade.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Figura 1 – Distribuição dos respondentes nos estados brasileiros.

Estudos anteriores já haviam constatado que os jovens são o maior grupo etário que tem adotado uma dieta flexitariana (Braakhuis et al., 2021), sobretudo aqueles com idades entre 18 e 35 anos (Bayer et al., 2019). Para Kemper e White (2021), os jovens flexitarianos são motivados a reduzir o consumo de carne devido a distintos fatores individuais (saúde, variedade, preço, redução do mal-estar social) e altruístas (meio ambiente e ética).

Também corroborando com os achados dessa pesquisa, Wozniak et al. (2020) constataram que os flexitarianos eram mais propensos a ser do sexo feminino, a viver sozinhos e ter uma renda menor comparativamente aos onívoros. No entanto, ao contrário dos vegetarianos, eles não tinham ensino superior e não eram mais jovens que os onívoros. Importante destacar que para indivíduos de baixa renda, os preços da carne podem ser um motivo para reduzir seu consumo (Wozniak et al., 2020), questões essas que se diferem dos achados do presente estudo.

Observou-se ainda que a maior parte dos flexitarianos não reside com os pais, corroborando com a literatura de que o flexitarianismo pode ser parte de uma transição dos jovens após a saída do lar familiar, a partir de um afastamento dos hábitos alimentares dos pais (Kemper; White, 2021). Em vista disso, ao comparar os flexitarianos que residem com os pais e os que não residem, foram constatadas diferenças entre renda, idade e participação no preparo das refeições e nas compras dos alimentos. Os flexitarianos que residem com os pais têm rendas médias inferiores (média de R\$ 3.962,20), e os flexitarianos que não residem têm rendas superiores (média de R\$ 6.188,90).

No que diz respeito à idade, os flexitarianos que residem com os pais também são mais jovens (média de 34,23 anos) em comparação aos flexitarianos que não residem (média de 38,70 anos). Quanto à participação no preparo das refeições e na compra dos alimentos, os flexitarianos que não residem com os pais têm maior participação comparativamente aos que residem.

Classificação dos flexitarianos em relação ao consumo de carne

Observou-se que o tipo de carne mais consumida entre os flexitarianos é a carne de frango, seguida da carne vermelha e da carne de peixe, conforme a Tabela 2. Pode-se constatar, ainda, que os flexitarianos consomem carne em média 3,6 dias da semana, independentemente do tipo.

Tabela 2 – Consumo de carne entre os flexitarianos

Variáveis	N	Média	Qui ² (sig.)
Dias da semana que consome carne independente do tipo	275	3,6	0,000***
Dias da semana que consome frango	274	1,7	0,000***
Dias da semana que consome carne vermelha	275	1,5	0,000***
Dias da semana que consome peixe	275	0,74	0,000***
Tempo (anos) que reduziu o consumo de carne	274	6,3	0,000***

***Estatisticamente significativo ao nível de 1%.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

A partir dos resultados do estudo, os consumidores foram categorizados em três níveis. Para essa categorização se utilizou como critério a frequência relatada de consumo de carne na semana, a exemplo de estudos anteriores (Malek; Umberger, 2021; Verain et al. 2022, Bánáti, 2022). A partir disso, três segmentos de flexitarianos foram identificados: pouco reflexivos, reflexivos e muito reflexivos, conforme Tabela 3.

Dentre os grupos, os flexitarianos reflexivos (grupo mediano ou moderado). em relação ao consumo de carne, foram os mais representativos entre os respondentes (49,9%). Trata-se de pessoas que consomem carne entre 2,5 e 4,5 dias da semana. O segundo grupo mais representativo foram os flexitarianos pouco reflexivos, ou seja, aqueles que consomem carne com maior frequência, entre 5 e 6 dias da semana. Por fim, os flexitarianos muito reflexivos represen-

tam o grupo de menor representatividade no estudo (21,5%) e consomem carne com menos frequência (0,25 a 2 dias da semana).

Tabela 3 – Classificação dos flexitarianos quanto a proporção de carne consumida semanalmente

Classificação	Consumo de carne	N	%	Qui ² (sig.)
Flexitarianos pouco reflexivos	Entre 5 e 6 dias da semana	79	28,7%	0,000***
Flexitarianos reflexivos	Entre 2,5 e 4,5 dias da semana	137	49,9%	0,000***
Flexitarianos muito reflexivos	Entre 0,25 e 2 dias da semana	59	21,5%	0,000***

***Estatisticamente significativo ao nível de 1%.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Em estudos anteriores, Bánáti (2022) apresentou a seguinte classificação: flexitariano pesado (consome carne uma ou duas vezes na semana); médio (consome carne metade dos dias da semana); e leve (frequência de consumo de carne cinco ou seis vezes na semana) (Bánáti, 2022). Para Malek e Umberger (2021), os flexitarianos que consomem carne por menos dias na semana, definidos por eles como “redutores de carne pesados”, são os mais propensos a adotar padrões alimentares vegetarianos ou veganos no futuro.

Outra definição pode ser constatada por Malek e Umberger (2021). Os autores identificaram três níveis de restrição de carne: pesado, moderado e leve. O primeiro segmento consumiu carne com menos frequência de todos os segmentos (uma a três vezes por semana, em média). O segundo segmento consumiu carne em média duas vezes por semana. Já para o terceiro segmento a carne era consumida em média entre cinco e seis dias por semana (Malek & Umberger, 2021).

Uma terceira definição é evidenciada por Verain et al. (2022). No estudo, os autores identificaram três segmentos de flexitarianos: inconscientes, potenciais e conscientes. O primeiro grupo consumia carne um pouco menos de cinco vezes por semana. Os flexitarianos potenciais consumiam significativamente menos carne que o grupo anterior (pouco mais de quatro dias por semana). O terceiro grupo denominado flexitarianos conscientes apresenta a menor frequência de consumo de carne (pouco mais de três dias na semana).

Os segmentos de flexitarianos aqui definidos como pouco reflexivos, reflexivos e muito reflexivos foram distribuídos em termos de gênero, estado civil, idade e escolaridade, não havendo, todavia, diferenças significativas entre os grupos. Já em relação à frequência (dias da semana) que consome os diferentes tipos de carne, observaram-se diferenças estatísticas entre os grupos, conforme Tabela 4.

A respeito do consumo de carne vermelha, os flexitarianos pouco reflexivos apresentaram maior frequência (2,46 dias da semana). Em contrapartida, os flexitarianos muito reflexivos consomem somente 0,38 dias da semana. Quanto

ao consumo de peixe, observou-se que os flexitarianos muito reflexivos representam o grupo que mais frequentemente consome essa proteína (0,86 dias da semana).

Tabela 4 – Consumo de carne entre os flexitarianos por segmentos

Segmentos		Dias da semana que consome carne				
		Todos os tipos de carne	Carne vermelha	Peixe	Frango	Tempo que reduziu o consumo
Pouco Reflexivo	Média	5,34	2,45	0,79	2,60	4,62
	N	79	79	79	79	79
	DP	0,47	1,39	0,83	1,47	5,32
	Qui² (sig.)	0,000***	0,000***	0,226	0,000***	0,009***
Reflexivo	Média	3,48	1,51	0,66	1,76	6,62
	N	136	136	136	136	136
	DP	0,55	0,80	0,69	0,91	6,69
	Qui² (sig.)	0,000***	0,000***	0,226	0,000***	0,009***
Muito Reflexivo	Média	1,44	0,38	0,86	0,69	7,77
	N	59	59	59	59	59
	DP	0,54	0,55	0,80	0,89	6,07
	Qui² (sig.)	0,000***	0,000***	0,226	0,000***	0,009***

***Estatisticamente significativo ao nível de 1%.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Esses resultados dialogam com Kemper e White (2021), que constataram que outras estratégias flexitarianas incluem substituição de carne vermelha por outras proteínas animais como peixe. A carne de frango é consumida em maior frequência pelo segmento de flexitarianos pouco reflexivos (2,60 dias da semana). Em contrapartida, os flexitarianos muito reflexivos são os que menos frequentemente consomem essa proteína (0,69 dia da semana).

Em relação ao tempo de redução no consumo de carne, os flexitarianos muito reflexivos reduziram há mais tempo (7,78 anos), em comparação aos flexitarianos pouco reflexivos que reduziram em menor período (4,6 anos). Esses resultados permitem inferir que os flexitarianos muito reflexivos referem-se ao grupo que está a mais tempo adepto deste estilo alimentar.

Motivações para redução do consumo de carne

Os flexitarianos foram questionados a respeito de quais as motivações para a redução no consumo de carne. Os três principais motivos para reduzir o consumo de carne mostraram sobreposição entre os segmentos de flexitarianos (motivo 1, 2 e 3), sendo a saudabilidade e o impacto ambiental como os motivos mais relevantes para os três grupos, conforme a Tabela 5.

Para o segmento dos flexitarianos pouco reflexivos destacou-se a saudabilidade como o motivo de maior relevância, seguido da qualidade e do impacto ambiental. Para os flexitarianos reflexivos, as motivações mais importantes foram impacto ambiental, saudabilidade e qualidade. No segmento de flexitarianos

muito reflexivos houve diferença em relação aos demais grupos, e os três motivos principais foram impacto ambiental, bem-estar animal e saudabilidade. Essas descobertas sugerem que a saúde foi o motivo mais comum para seguir uma dieta flexitariana em todos os segmentos, resultados esses que vão ao encontro dos achados de Malek e Umberger (2021) em estudo realizado na Austrália.

Tabela 5 – Motivações para reduzir o consumo de carne

Motivações	Pouco reflexivo (N=79)			Reflexivo (N=136)			Muito reflexivo (N=59)		
	Média	DP	Qui² (sig)	Média	DP	Qui² (sig)	Média	DP	Qui² (sig)
Impacto Ambiental	5,07	1,93	0,004***	5,80	1,54	0,004***	5,89	1,70	0,004***
Saudabilidade	5,64	1,78	0,487	5,33	1,81	0,487	5,47	1,84	0,487
Bem Estar Animal	4,69	1,98	0,003***	5,18	1,93	0,003***	5,84	1,95	0,003***
Qualidade	5,37	1,93	0,014*	5,25	1,93	0,014*	4,42	2,42	0,014*
Aspectos Nutricionais	4,74	2,19	0,593	4,47	1,97	0,593	4,44	2,11	0,593
Cheiro	4,83	2,33	0,283	4,44	2,29	0,283	4,20	2,63	0,283
Sabor	4,65	2,36	0,410	4,31	2,23	0,410	4,15	2,48	0,410
Preço	4,69	2,02	0,000***	4,69	2,05	0,000***	3,22	2,30	0,000***
Textura	4,31	2,45	0,398	4,27	2,22	0,398	3,81	2,64	0,398
Aparência	4,26	2,50	0,430	4,15	2,30	0,430	3,74	2,59	0,430
Segurança Alimentar	3,86	2,15	0,705	3,87	2,07	0,705	4,13	2,38	0,705
Disponibilidade	3,87	2,13	0,053	3,89	2,04	0,053	3,13	2,20	0,053
Rastreabilidade	3,60	2,16	0,336	3,80	2,05	0,336	3,30	2,39	0,336
Controle Peso	4,05	2,29	0,027	3,38	2,21	0,027	3,06	2,23	0,027
Influência Familiar	3	2,22	0,004***	2,30	1,79	0,004***	1,96	1,68	0,004***
Parecer na frente dos outros	2,24	1,75	0,825	2,38	1,81	0,825	2,28	1,70	0,825
Mídias Sociais	2,12	1,65	0,301	2,40	1,79	0,301	2,03	1,67	0,301
Religião	1,8101	1,64	0,002	1,46	1,24	0,002	2,3	2,02	0,002
Novidade	1,6835	1,30	0,042	1,45	1,07	0,042	1,20	0,84	0,042

***Estatisticamente significativo ao nível de 1%; * ao nível de 10%.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Além disso, os resultados permitem inferir que os consumidores nos segmentos menos restritivos à carne não estão suficientemente preocupados com o bem-estar animal e questões ambientais associadas à produção/consumo de carne para motivar a sua redução. Em estudo anterior, Verain et al. (2022) destacaram que a sustentabilidade centrada em preocupações ambientais e de bem-estar animal não são expressas como motivações importantes entre consumidores mais apegados à carne. Sendo essas motivações “pró-sociais”, como os autores denominam, mais proeminentes para os consumidores que estão mais seriamente engajados no flexitarianismo (Verain et al., 2022). Em contrapartida, os autores destacam que consumidores mais “apegados” ao consumo de carne possuem motivações “egoístas” centradas, sobretudo, em acessibilidade, apelo sensorial e segurança alimentar (Verain et al., 2022).

A respeito dessas contestações Malek e Umberger (2021), ao comparar os

flexitarianos aos veganos e vegetarianos, inferem que os flexitarianos têm maior probabilidade de atribuir maior importância aos motivos “egoístas” de escolha alimentar comparativamente aos veganos e vegetarianos. Por outro lado, a influência familiar, o que faz parecer na frente dos outros, as mídias sociais, a religião e a novidade foram as motivações que apresentaram menor grau de importância para redução no consumo de carne entre os flexitarianos. Pode-se inferir, ainda, que a influência familiar e as mídias sociais possuem menor grau de importância para os flexitarianos muito reflexivos. Trata-se de um grupo consciente e com a opinião já formada em relação às suas escolhas alimentares que possivelmente não é influenciado pelas tendências. Além disso, esse grupo representa os flexitarianos que reduziram o consumo de carne há mais tempo, o que pode significar que suas escolhas alimentares já estão definidas e consolidadas.

O sabor e a textura se destacaram como motivações com maior grau de importância entre os flexitarianos pouco reflexivos; possivelmente isso explica o fato de esse grupo ainda consumir a maior proporção de carne em comparação aos demais, pois os aspectos sensoriais que envolvem o consumo da carne ainda são importantes. O preço teve menor grau de importância como motivação para reduzir o consumo de carne para os flexitarianos muito reflexivos.

Isso significa que, para esse grupo, outras motivações são mais relevantes, a exemplo de motivações éticas como o bem-estar animal e impacto ambiental, denotando a “emergência do consumo ético” conforme descreve Fontenelle (2023). Além disso, os flexitarianos muito reflexivos apresentaram renda superior em relação aos demais segmentos e maior participação no preparo das refeições. Já para Malek et al. (2018) a preocupação com o preço foi o motivo mais comum para reduzir o consumo, especialmente para carne bovina (60%) e cordeiro (78%). O preço foi também o motivo mais comum para aumentar o consumo de frango (54%), suíno (53%) e cordeiro (41%) (Malek et al. 2018).

Complementar a esses resultados, Dagevos (2021), ao analisar estudos sobre o tema nos últimos anos, constatou que em vários países de alta renda segmentos de consumidores de alimentos contemporâneos estão de alguma forma mudando seu comportamento de comer carne e restringindo sua ingestão. Fontenelli (2023) destaca que a partir desses hábitos de consumo molda-se a cultura do consumo ético. Nessa perspectiva, o consumo tem sido um meio de ação moral e ética, seja como forma de justiça, democracia e igualdade, seja como suporte para as mitigações dos problemas ambientais.

Portanto, os resultados da presente pesquisa levam a refletir sobre o consumo ético no contexto do capitalismo, o qual se refere à prática de fazer escolhas de consumo que levam em consideração os impactos sociais e ambientais dos produtos ou serviços adquiridos. Isso envolve considerar fatores como condições de trabalho justas, produção sustentável, comércio justo, entre outros (Gomes, 2012).

O consumo ético no contexto do capitalismo pode ter diversos alcances e impactos positivos. Ao optar por um consumo ético, os consumidores po-

dem promover mudanças positivas tanto no âmbito social quanto no ambiental. Isso pode incluir a preferência por produtos fabricados com materiais reciclados, produtos orgânicos, apoio a empresas que respeitam os direitos dos trabalhadores, entre outros aspectos. Além disso, o consumo ético pode pressionar as empresas a adotar práticas mais responsáveis e a investir em iniciativas sociais e ambientais (Murray; Vogel, 1997; Du; Bhattacharya; Sen, 2010; Mohr; Webb; Harris, 2001; Porter; Kramer, 2018). No entanto, é importante lembrar que o consumo ético não é uma solução completa para os problemas do capitalismo, e que mudanças estruturais também são necessárias para uma economia verdadeiramente justa e sustentável.

Por outro lado, em um contexto de desigualdades que é característico do cenário brasileiro, o consumo consciente não é uma alternativa disponível para todas as populações, já que as diferenças sociais limitam as escolhas. Portanto, as escolhas alimentares, como o flexitarianismo, partem de pessoas com maiores possibilidades financeiras de escolha e maiores possibilidade de um consumo consciente e de mudança de padrão de consumo, como observado nesta pesquisa. Destarte, o consumo consciente é, de fato, afetado pelas diferenças sociais e desigualdades existentes na sociedade. Grupos com diferentes rendas, oportunidades de emprego, níveis de escolaridade, acesso e disponibilidade de alimentos desiguais, além das questões raciais, de gênero e etnia, enfrentam diferentes desafios e limitações em relação ao consumo consciente.

Por exemplo, pessoas de baixa renda podem ter dificuldade em acessar produtos mais sustentáveis em razão dos custos mais altos associados a eles. Além disso, a falta de oportunidades de emprego e trabalho estável pode limitar a capacidade dessas pessoas de fazer escolhas mais sustentáveis em suas compras. Da mesma forma, grupos com níveis de escolaridade diversos podem ter diferentes níveis de conscientização sobre os impactos ambientais e sociais de suas escolhas de consumo. A educação desempenha um papel importante na capacidade das pessoas de entender e adotar práticas de consumo consciente.

As desigualdades no acesso e disponibilidade de alimentos também podem afetar o consumo consciente. Em áreas com falta de supermercados e opções de alimentos saudáveis, as pessoas podem ser forçadas a recorrer a alimentos altamente processados e menos sustentáveis. Questões raciais, de gênero e etnia também podem influenciar. Por exemplo, estudos mostram que minorias raciais e étnicas podem enfrentar disparidades no acesso a produtos e serviços sustentáveis. Além disso, mulheres muitas vezes são responsáveis pelas compras domésticas e podem estar sujeitas a pressões sociais específicas em relação ao consumo (Sobal et al., 2006; Seyfang 2005; Levine; Strube 2012; Eom; Kim; Sherman, 2018; Yue et al., 2020; Schultz, 2002; Haider; Shannon; Moschis 2022; Stanszus, 2017).

Se levarmos em consideração um contexto mais recente da pandemia, emergiram novas dinâmicas de consumo alimentar. Dentre essas, o aumento

da procura por produtos menos processados e mais frescos, provocando um aumento geral no consumo de alimentos saudáveis, especialmente frutas, legumes e verduras. Contudo, essa dinâmica de consumo esteve presente em classes sociais mais favorecidas, sendo questões de saúde a principal justificativa. Por outro lado, entre os menos escolarizados e com rendas mais baixas, houve aumento do consumo de alimentos ultraprocessados (Schneider et al., 2020).

Como observado nessas reflexões, apesar desses movimentos recentes no intuito de mudanças nos hábitos alimentares e consumo consciente, a agenda da sustentabilidade e do enfrentamento da fome é um tema complexo e multifacetado que envolve uma série de abordagens e soluções. Ao reduzir o consumo de carne, os flexitarianos contribuem para a redução do impacto ambiental da produção de alimentos, como o desmatamento, a emissão de gases de efeito estufa e o uso excessivo de recursos naturais (Teixeira, 2023; Blatner et al., 2023).

No entanto, é importante ressaltar que os flexitarianos não são a única chave para resolver esses problemas. A sustentabilidade e o enfrentamento da fome exigem uma abordagem abrangente que envolva políticas públicas, investimentos em agricultura sustentável, acesso a alimentos saudáveis, educação nutricional e muito mais (Alves, 2022; Bánáti, 2022). Ainda assim, entende-se que os flexitarianos podem desempenhar um papel importante como multiplicadores de comportamento sustentável, pois sua escolha de reduzir o consumo de carne pode influenciar positivamente outras pessoas a fazerem o mesmo, seja por meio do exemplo pessoal que pode inspirar amigos, familiares e colegas, seja pelo compartilhamento de informações, dicas e receitas por meio de conversas, mídias sociais, blogs, etc., seja pela participação em eventos e comunidades (Teixeira, 2023; Blatner et al., 2023).

Considerações finais

O presente estudo permitiu identificar três segmentos de flexitarianos com base em atitudes de redução de consumo de carne (pouco reflexivos; reflexivos e muito reflexivos). É possível inferir neste estudo que a redução no consumo de carne está atrelada, sobretudo, a questões de saudabilidade, qualidade, redução do impacto ambiental e bem-estar animal, independentemente dos segmentos. E os flexitarianos muito reflexivos possuem maior tendência de serem motivados por questões éticas (bem-estar animal e impacto ambiental). Em síntese, o estudo indica que a redução no consumo de carne, para os flexitarianos brasileiros, não está necessariamente atrelada a restrições de preço ou questões financeiras, sugerindo a emergência de um consumo ético.

Contudo, salienta-se que o flexitarianismo, como um ato de consumo ético, não é uma alternativa disponível para todas as populações, visto que as desigualdades sociais, de emprego, renda, trabalho, escolaridade entre outras, presentes no contexto brasileiro, limitam as escolhas das pessoas. Além disso, o flexitarianismo, assim como outros hábitos de consumo emergentes, não se apresenta como solução única na busca da sustentabilidade, mas pode contribuir

em diversas frentes nesse processo complexo e multifacetado. Portanto, outros estudos sobre o tema são importantes e podem trazer novas discussões.

Como limitação do estudo destaca-se o fato do viés de seleção com aquelas pessoas mais interessadas no tópico da pesquisa, sendo mais propensas a participar do estudo. Além disso, a dificuldade em lembrar a frequência média com que certos alimentos são consumidos diariamente pode limitar a precisão dos dados coletados. Como sugestão de estudos futuros, destaca-se a importância de que a pesquisa consiga abranger um público mais heterogêneo em termos de distribuição geográfica, escolaridade e renda.

Nota

1 O consumo ético refere-se a tomar decisões de compra com base em considerações morais e éticas, levando em conta o impacto social e ambiental dos produtos que adquirimos (Gomes, 2012).

Referências

AGÊNCIA BRASIL. *IBGE revela desigualdade no acesso à educação e queda no analfabetismo*. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2023-06/ibge-revela-desigualdade-no-acesso-educacao-e-queda-no-analfabetismo>>. Acesso em: 3 jul. 2023.

ALVES, B. *Flexitarianismo: o que é tendência que pode ser ‘degrau’ para quem quer virar vegetariano*. BBC News, 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-62695317>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

BÁNÁTI, D. Flexitarianism – the sustainable food consumption? *ÉLELMISZERVIZSGÁLATI*, v.68, n.3, p.4075, 2022. <https://doi.org/10.52091/EVIK-2022/3-6-ENG>

BAYER. The Bayer food focus project. 2019. Disponível em: <https://nutritionfoundation.org.nz/sites/default/files/Bayer_Survey%20Report_v10.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2022.

BIERNACKI, P.; WALDORF, D. Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research*, v.10, n.2, p.141-63, 1981.

BLATNER, D. J. et al. Best Diets Overall 2023. *Flexitarian Diet*. Disponível em: <<https://health.usnews.com/best-diet/flexitarian-diet>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

BRAAKHUIS, A. et al. A Modern Flexitarian Dietary Intervention Incorporating Web-Based Nutrition Education in Healthy Young Adults: Protocol for a Randomized Controlled Trial. *JMIR Research Protocols*, v.10, n.12, 2021. e30909.10.2196/30909

BRUNS, A. et al. Application of a Modified Healthy Eating Index (HEI-Flex) to Compare the Diet Quality of Flexitarians, Vegans and Omnivores in Germany. *Nutrients*, v.14, n.15, 3038. 2022. <https://doi.org/10.3390/nu14153038>

DAGEVOS, H.; VERBEKE, W. Meat consumption and flexitarianism in the Low Countries. *Meat Science*, v. 192, p. 108894, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2022.108894>

DAGEVOS, H. Finding flexitarians: Current studies on meat eaters and meat reducers.

- Trends in Food Science & Technology*, v.114, p.530-9, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.06.021>
- DERBYSHIRE, E. J. Flexitarian diets and health: a review of the evidence-based literature. *Frontiers in nutrition*, v.3, p.55, 2017.
- DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Mulheres, inserção no mercado de trabalho. 2022. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/infografico/2023/infograficosMulheres2023.html>>. Acesso em: 3 jul. 2023.
- DU, S.; BHATTACHARYA, C. B.; SEN, S. Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International journal of management reviews*, v.12, n.1, p.8-19, 2010. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- EOM, K.; KIM, H. S.; SHERMAN, D. K. Social class, control, and action: Socioeconomic status differences in antecedents of support for pro-environmental action. *Journal of Experimental Social Psychology*, v.77, p.60-75, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2018.03.009>
- FONTENELLE, I. A. Dilemas éticos na cultura do consumo: Antropoceno, psicanálise e capitalismo como modo de operação das paixões. *Estudos Avançados*, v.37, p.319-34, 2023.
- GOMES, D. V. Educação para o consumo ético e sustentável. *REMEA - Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, v.16, 2012. <https://doi.org/10.14295/remea.v16i0.2778>
- GOUSSET, C. et al. Perception of cultured “meat” by French consumers according to their diet. *Livestock Science*, v.260, 104909, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.livsci.2022.104909>
- HAIDER, M.; SHANNON, R.; MOSCHIS, G. P. Sustainable consumption research and the role of marketing: A review of the literature (1976–2021). *Sustainability*, v.14, n.7, p.3999, 2022. <https://doi.org/10.3390/su14073999>
- HAIR, J. F. et al. *Análise Multivariada de Dados*. S. l.: Bookman Editora, 2009.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br>>. Acesso em: 3 jul. 2023.
- KEMPER, J. A.; WHITE, S. K. Young adults’ experiences with flexitarianism: The 4Cs. *Appetite*, v.160, 105073, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105073>
- LEVINE, D. S.; STRUBE, M. J. Environmental attitudes, knowledge, intentions and behaviors among college students. *The Journal of social psychology*, v.152, n.3, p.308-26, 2012. <https://doi.org/10.1080/00224545.2011.604363>
- MALEK, L.; UMBERGER, W. J. How flexible are flexitarians? Examining diversity in dietary patterns, motivations and future intentions. *Cleaner and Responsible Consumption*, v.3, 100038, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100038>
- MALEK, L. et al. Is anti-consumption driving meat consumption changes in Australia? *British Food Journal*, 2019. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2018-0183>
- MOHR, L. A.; WEBB, D. J.; HARRIS, K. E. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer affairs*, v.35, n.1, p.45-72, 2001. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>

MURRAY, K. B.; VOGEL, C. M. Using a hierarchy-of-effects approach to gauge the effectiveness of corporate social responsibility to generate goodwill toward the firm: Financial versus nonfinancial impacts. *Journal of Business Research*, v.38, n.2, p.141-59, 1997. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(96\)00061-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(96)00061-6)

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value: How to reinvent capitalism—And unleash a wave of innovation and growth. In: LENSSEN, G. G.; SMITH, N. C. (Ed.) *Managing Sustainable Business*. Springer, Dordrecht, 2018. p.323-46. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16

RIBEIRO, H.; JAIME, P. C.; VENTURA, D. Alimentação e sustentabilidade. *Estudos Avançados*, v.31, p.185-98, 2017.

SCHNEIDER, S. et al. Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. *Estudos Avançados*, v.34, p.167-88, 2020.

SCHULTZ, P. Environmental attitudes and behaviors across cultures. *Online readings in psychology and culture*, v.8, n.1, p.4, 2002. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1070>.

SEYFANG, G. Shopping for sustainability: can sustainable consumption promote ecological citizenship? *Environmental politics*, v.14, n.2, p.290-306, 2005. <https://doi.org/10.1080/09644010500055209>

SIJTSEMA, S. J. et al. Capabilities and opportunities of flexitarians to become food innovators for a healthy planet: two explorative studies. *Sustainability*, v.13, n.20, 11135, 2021. <https://doi.org/10.3390/su132011135>

SOBAL, J. et al. A conceptual model of the food choice process over the life course. *Frontiers in Nutritional Science*, v.3, 1, 2006. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=_t0IoTcVxIIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=A+conceptual+model+of+the+food+choice+process+over+the+life+course&ots=1oiTsPkcdi&sig=Y_sR5X4tb8kmwKp6YwolKX6sh4#v=onepage&q=A%20conceptual%20model%20of%20the%20food%20choice%20process%20over%20the%20life%20course&f=false> Acesso em: 11 nov. 2022

STANSZUS, L. et al. Education for sustainable consumption through mindfulness training: Development of a consumption-specific intervention. *Journal of Teacher Education for Sustainability*, v.19, n.1, p.5-21, 2017. <https://doi.org/10.1515/jtes-2017-0001>.

TEIXEIRA, R. P. Características e preferências do público dos alimentos plant-base. Disponível em: <<https://www.ecodebate.com.br/2021/07/07/caracteristicas-e-preferencias-do-publico-dos-alimentos-plant-based/>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

UN GENERAL ASSEMBLY. Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations. New York, NY, USA A/RES/70/1(2015).

VERAIN, M. C. et al. Flexitarianism in the Netherlands in the 2010 decade: Shifts, consumer segments and motives. *Food Quality and Preference*, v.96, 104445, 2022. [10.1016/j.foodqual.2021.104445](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104445)

VOINEA, L. et al. Nutrient Profiling of Romanian Traditional Dishes—Prerequisite for Supporting the Flexitarian Eating Style. *Information*, v. 11, n. 11, p. 514, 2020. <https://doi.org/10.3390/info11110514>

WOZNIAK, H. et al. Vegetarian, pescatarian and flexitarian diets: sociodemographic determinants and association with cardiovascular risk factors in a Swiss urban population.

British Journal of Nutrition, v.124, n.8, p.844-52, 2020. <https://doi.org/10.1017/S0007114520001762>

YUE, B. et al. Impact of consumer environmental responsibility on green consumption behavior in China: The role of environmental concern and price sensitivity. *Sustainability*, v.12, n.5, p.2074, 2020. <https://doi.org/10.3390/su12052074>.

RESUMO – A redução no consumo de carne tem sido apontada como uma possibilidade de incentivar padrões sustentáveis de consumo e produção na atualidade. Nesse contexto, objetivou-se investigar o que motiva os flexitarianos a reduzir o consumo de carne no Brasil, bem como categorizar os flexitarianos em grupos distintos, considerando a frequência em que a carne é consumida. Para atingir os respondentes, utilizou-se a técnica de amostragem *snowball sampling*, sendo o questionário disponibilizado pela plataforma *Google Docs*. A coleta de dados aconteceu no mês de novembro de 2022 e obteve-se um total de 275 respostas. Como resultado identificou-se a prevalência do público, em sua maioria, feminino, solteiro, com elevada escolaridade e renda média de R\$ 5.743,50. Além disso, foram categorizados três segmentos de flexitarianos: pouco reflexivos (28,7%); reflexivos (49,9%) e muito reflexivos (21,5%). Os três principais motivos para reduzir o consumo de carne mostraram sobreposição entre os segmentos de flexitarianos, sendo a saudabilidade e redução do impacto ambiental unânime entre os três grupos. Conclui-se que, além da saudabilidade e preocupação com o meio ambiente, o bem-estar animal está no centro das preocupações quando da redução do consumo de carnes, especialmente pelo segmento de flexitarianos muito reflexivos.

PALAVRAS-CHAVE: Bem-estar animal, Impacto ambiental, Preço, Reflexivos, Saudabilidade.

ABSTRACT – The reduction in meat consumption has been pointed out as a possibility to encourage sustainable patterns of consumption and production today. This study aims investigate what motivates flexitarians to reduce meat consumption in Brazil, as well as to categorize flexitarians into distinct groups, considering the frequency with which meat is consumed. To reach the respondents, the snowball sampling technique was used, and the questionnaire was made available on the Google Docs platform. Data collection took place in November 2022 and a total of 275 responses were obtained. As a result, the prevalence of a public, mostly female, single, with high education and average income of R\$ 5743.50 was identified. In addition, three segments of flexitarians were categorized: little reflective (28.7%); reflective (49.9%) and very reflective (21.5%). The three main reasons for reducing meat consumption showed overlap between the flexitarian segments, with healthiness and reducing the environmental impact being unanimous among the three groups. It is concluded that, in addition to health and the environment, animal welfare is at the center of concerns when reducing meat consumption, especially by the very reflective flexitarian segment.

KEYWORDS: Animal welfare, Environmental impact, Price, Reflective, Healthiness.

Mariele Boscardin é doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. @ – marieleboscardin@hotmail.com / <https://orcid.org/0000-0002-3308-4189>.

Andrea Cristina Dorr é professora no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. @ – andreadoerr@yahoo.com.br / <https://orcid.org/0000-0003-0219-7380>.

Raquel Breitenbach é professora no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Campus Sertão. @ – raquel.breitenbach@sertao.ifrs.edu.br / <https://orcid.org/0000-0002-9431-3766>.

Janaina Balk Brandão é professora no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. @ – janainabalkbrandao@hotmail.com / <https://orcid.org/0000-0002-3044-3473>.

Recebido em 13.2.2023 e aceito 4.7.2023.

^{I,II,IV} Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

^{III} Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. Sertão, Rio Grande do Sul, Brasil.